

- 島前 西ノ島町の国賀・魔天崖／島後 隠岐の島町のローソク岩等を結ぶインバウンド向け周遊プランの開発。
- 外国人インフルエンサーを起用した、インスタグラムを中心としたSNSによるPR戦略等による、インバウンド需要の取り込み。



【採択年度】
平成30年度

【事業実施期間】
平成30～31年度

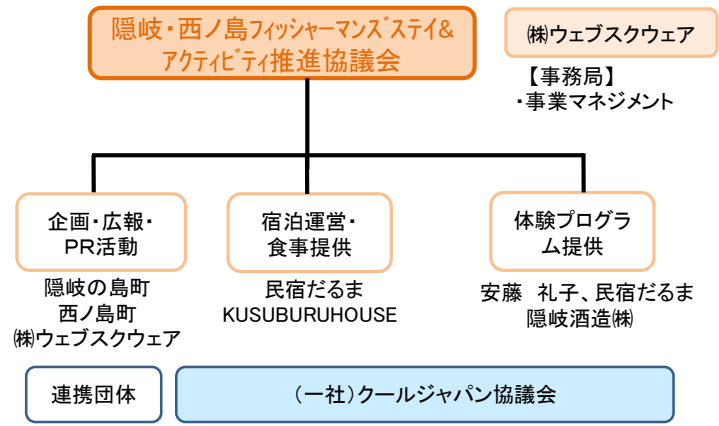


摩天崖



観音岩(ローソク岩)

【実施体制】



【取組内容】

○ インバウンドにフォーカスした体験プログラム開発・海外へのPR

- 外国人観光客誘致に向け、島前 西ノ島町の国賀・魔天崖／島後 隠岐の島町のローソク岩等のインスタ映えする、世界に誇る絶景とインスタスポットをつなぐ島後島前周遊型の観光プランを開発。
- 外国人目線で島前島後の周遊プラン開発することを目的にファムトリップを実施。
- 世界ジオパークにも認定された隠岐は、外国人にとって魅力ある観光地としてのポテンシャルを有しており、インスタグラムを中心としたSNSによるPR戦略により、インバウンド需要の取り込みを図る。
- クールジャパン協議会との連携で、インバウンド需要の取り込みに向け、海外でのPRを実施(CJAニューヨーク、フランス展示等に出店)

○ 農泊事業の立ち上げ・受け入れ態勢の整備

- 多言語WEBサイトの構築(日本語、英語)
 - 宿泊案内パンフ(日本語、英語)の作成
 - 体験プログラム案内パンフ(日本語、英語)の作成
- ### ○ 専門家の招致により、農泊事業従事者の知識・能力の向上と、農泊観光の将来にわたり発展を支える人材の育成を図る。

- 体験プログラムの磨き上げ
- 海外への販売
- インバウンド対応(英語)ガイドの育成

【特徴的な取組】

- 島後島前周遊型の観光プランを開発。外国人インフルエンサーを起用した、インスタグラムを中心としたSNSによるPR戦略により、インバウンド需要の取り込みを図る。
- クールジャパンの海外展示ブース(ニューヨーク)を活用した隠岐の島・西ノ島のPR活動に取り組む。



島前島後の周遊プランイメージ



外国人インフルエンサー SNS展開イメージ

インバウンド対応状況 (青：対応)

Wi-Fi	洋式トイレ	キャッシュレス	外国語HP	外国語案内表示	外国語ネット予約